

وهذا يتطلب تقييم امكانيات المؤسسة من حيث
العناصر البشرية والمادية، بما فيها من
مراكز ضعف او قوة، وان يتم تحليل السوق
المستهدف مثل القراء او المشاهدين او المعلنين،
وتحديد السوق المنافس الحالي او المحتمل،
وتحديد مراكز القوة والضعف.

ويجب ملاحظة ان المعلومات يتم جمعها من
مصدرين الاول داخلي والثاني خارجي.

وتشمل المصادر الداخلية وثائق المؤسسة
المتعلقة بالمبيعات والنفقات، وشؤون الافراد
والانتاج، والبحوث التي تجريها المؤسسة
والمعلومات التي يقدمها رؤساء الاقسام
والعاملين في المؤسسة.

وتشمل المصادر الخارجية: الوثائق الحكومية
والارشيف الصحفي والخدمات المعلوماتية التي
تقدمها مراكز البحوث والمعلومات ومراكز
الاستشارات ودور الخبرة ومدراء المؤسسات
الاعلامية في الاسواق غير المنافسة.

٣- وضع الاستراتيجية: الاستراتيجية كما
يعرفها جيمس ستونر هي برنامج واسع لتحقيق
اهداف المؤسسة وتحقيق مهمتها.

وهذه هي الخطوة الثالثة والتي بها يتم تطوير
استراتيجية لتحقيق اهداف المؤسسة ويتطلب

٤- ان يكون التخطيط محددًا: ان تحديد اهداف المؤسسة امر هام، وحينما تقوم الادارة بوضع سياساتها يجب ان تكون محددة، فالخطط يجب ان تكون ذات نهاية مرجوة، والا فان ذلك سيؤدي الى تخطيط غير منسق وغير مبني على اسس ثابتة.

٥- ان تكون هناك قدرة على توصيل الاهداف والافكار والستراتيجيات والسياسات: ان من اسباب فشل الخطط هو عدم قدرة المدراء على توصيل الاهداف والافكار والستراتيجيات والسياسات الى اتباعهم بطريقة جيدة مما يؤدي الى سوء فهم ضار بعملية التخطيط والتنفيذ.

لاخ

مع

اف

ة

ة

م

م

اح

دا

ن

ات

ي

امج

اء

داء

مة

ح،

ي

ود

وهذا يستلزم من قيادة المؤسسة ان تزيل العوائق امام عملية التخطيط، ومحاولة تهيئة مناخ لمعاونيهم ليقوموا بذلك، وهذا يتطلب من جميع المستويات الادارية ان يتم وضع الاهداف ووضع ونشر الافكار الرئيسية للخطّة، القابلة للتطبيق، ودمج جميع المدراء في عملية التخطيط، ومراجعة خطة معاونين وأدائهم والتأكد من وجود الجهاز البشري الملائم والمعلومات المناسبة، وبهذه الطريقة لن يتاح المجال للحظ في عملية التنفيذ.

٢- ان يبدأ التخطيط على مستوى الادارة العليا:

تضع الادارة العليا اهداف المؤسسة. ويبدأ التخطيط من الادارة العليا التي تتلقى من معاونيها برامجهم ومقترحاتهم والمعلومات المناسبة والتي بناء عليها تتخذ قراراتها. وفي العادة تتقبل الادارة العليا أية افكار او برامج مقبولة منطقيا ويتم دمجها في الخطة.

٣- ان تكون عملية التخطيط منظمة: يوفر البناء التنظيمي الجيد للمؤسسة مناخا ملائما للاداء الجيد، وذلك من خلال تصنيف أنشطة المؤسسة وتوزيع المسؤوليات والسلطات بشكل واضح، بحيث يقوم كل مدير بتحمل مسؤولياته في التخطيط بحدود سلطاته، ويجب عدم اهمال وجود كادر مساعد كاف للمدراء.

وتتم عملية التخطيط بمراحل عدة وهي؛

١- وضع المهمات والاهداف.

٢- الخلقية (جمع المعلومات).

٣- الاستراتيجية.

٤- خطة العمل.

١- وضع المهمات والاهداف: وضع مهمات المؤسسة الاعلامية واهدافها هو الخطوة الاولى في التخطيط وبدونها تصاب المؤسسة بالركود، وبدلاً من ان تكون المؤسسة مبادرة فانها ستعمل على رد الفعل نحو المواقف. وستقوم الاحداث بتحريك المؤسسة، بدلاً من ان تقوم هي بتحريك الاحداث، وقد يكون وضع المهمة محددًا بعبارة مثل (مهمة المؤسسة الاعلامية هي خدمة الجمهور ومستخدميها ومساهميها).

٢- جمع المعلومات: وتتضمن هذه الخطوة جمع المعلومات التي تؤثر على قدرة المؤسسة الاعلامية لتحقيق اهدافها، وهذا يعني قبول جميع المعلومات والحقائق والاتجاهات والافكار الجدلية والمنافسة.

٨

٨

إدارة المؤسسات الصحفية
م/م / الحاضرة التامة
التخطيط في المؤسسات الصحفية م/م

في ظل الاقبال المتسارع على استهلاك المعلومات، والتطور الهائل في تقنية انتاجها اصبحنا الان اكثر من اي وقت مضى بحاجة لاستخدام التخطيط في المؤسسات الاعلامية من جانبين؛

١- التخطيط المادي والذي يتعلق بالجوانب المالية والادارية والتكنولوجية والبنى الاساسية في المؤسسات الاعلامية.

٢- التخطيط الاعلامي والذي يتعلق بالرسائل (منتجات المؤسسات الاعلامية).

(١-٦)
م/م

م/م / الحاضرة التامة
م/م / الحاضرة التامة
م/م / الحاضرة التامة

تطويرها اختيار وسائل عريضة كي تتحرك المؤسسة او اقسامها من خلالها. وتركز الاستراتيجيات على شد الانتباه والمساعدة على تأسيس جهد منسق ومركز، فهي تقوم بتحويل الامور المرغوبة الى شيء قابل للتنفيذ.

٤- تطوير خطة العمل؛ تقوم خطة العمل بتحويل الاستراتيجية الى واقع من خلال؛

أ- وصف الخطوات المحددة والتي يجب ان تتم وتحديد من سيقوم بتنفيذها.

ب- تحديد الموارد المطلوبة مثل الناس والمال والمعلومات والخدمات والوقت والتكنولوجيا.

ج- توضيح البنية التنظيمية الضرورية للتنسيق والرقابة الفعالة.

د- وضع جدول زمني لتنفيذ الاستراتيجية، ووضع تفاصيل لتنفيذها وبيان طرق واضحة لمراقبة التقدم في تنفيذها. وتفترض خطط العمل ان الظروف ستتغير بطرق غير مرئية ومن ثم فان المفتاح الاساسي لهذه الخطط هو تشجيعها للابتكار.

ان خلق مناخ ملائم للتخطيط الفعال يستلزم مجموعة من الاعتبارات الهامة والتي تتمثل بما يلي؛

١- ان لا تترك عملية التخطيط للحظ:

- - -